

Ondernemen in Second Life

Tweede leven voor

Slapen in een hotel in het Paleis op de Dam of dansen in een club in het Centraal Station. Alles kan. In Second Life tenminste. Virtueel Amsterdam is voor vijftigduizend euro verkocht aan projectontwikkelaar Nedstede van vastgoedondernemer Michael van de Kuit. In real life is hij eigenaar van een aantal grote Amsterdamse horecagelegenheden. Dat belooft wat voor de virtuele versie van onze hoofdstad. "Second Life en real life lopen door elkaar. Er liggen veel kansen voor de horeca."

S Second Life is een virtuele wereld die je met een zelfontworpen menselijke gedaante (avatar) kunt verkennen. Je kunt er vliegen, huizen bouwen, wonen, werken, dansen, een café bezoeken en betalen met Linden Dollars. Toch heeft deze wereld een economie die gebaseerd is op keiharde dollars. De eerste miljonairs die hun fortuin verzamelden in Second Life zijn er al. Hoe interessant is deze nieuwe markt voor horecaondernemers?

Commerciële toekomst

Second Life-specialist David de Nood van ict-denktank EPN volgt de ontwikkelingen op de voet. Hij gelooft in een commerciële toekomst voor de virtuele wereld. "Het staat allemaal nog in de kinderschoenen, maar het gaat razendsnel", vertelt hij. "Second Life groeit exponentieel en je ziet dat steeds meer ondernemingen zich er gaan manifesteren. ABN-AMRO heeft een vestiging, Randstad werft er personeel en virtueel Amsterdam is verkocht aan mensen die ook in de horeca ondernemen. Naar de plannen kan hij alleen maar gissen, maar hij denkt dat hij wel weet waarom zij er brood in zien: "Second Life is geen spel. Je kunt niet winnen, je kunt niet dood, je kunt er alleen maar zijn. Dat betekent dat mensen op



zoek gaan naar vermaak. Een belangrijke reden voor veel mensen om Second Life te verkennen is dan ook entertainment. De virtuele horeca in Amsterdam kan daar een belangrijke rol in spelen."

Egalitaire wereld

Entertainment en uitgaan gaan hand in hand. Maar is het wel leuk om als avatar de stad in te gaan? "Een echt biertje kun je er niet drinken," beaamt de Nood. Maar je gaat in het echte leven toch ook naar de kroeg om leuke mensen op een laagdrempelige manier te ontmoeten? Dat kan ook in Second Life." De Nood noemt een paar andere voordelen: "Je hebt geen last van rook en je ruikt geen zweet op de dansvloer. Bovendien kan iedereen er uitzien zoals hij wil. Het is een egalitaire wereld. Uiterlijk is er geen drempel. Als je wilt kun je als jonge vrouw door het leven, terwijl je eigenlijk een oude kerel bent! Met uiterlijk is iets bijzonders aan de hand. Veel mensen beginnen als een karakter dat in de verste verte niet lijkt op de persoon die zij in het echte leven zijn. Na verloop van tijd

veranderen de gebruikers hun avatars zo dat ze steeds meer op de mens achter de computer lijken. Blijkbaar is dat toch vertrouwd."

Blozen

Maar er zijn meer overeenkomsten tussen het echte en het virtuele leven. De Nood: "Bij MSN zagen we al dat de jongeren die in de klas haantje de voorste zijn, ook het meest succesvol zijn op de chat. Mensen die in Real Life goed in hun vel steken en sociaal vaardig zijn, hebben op Second Life ook de meeste vrienden." Daarnaast ontwikkelen zich snel nieuwe technieken voor Second Life die de uitwisseling met de realiteit intensiever maken. "Het is al mogelijk om over het net met anderen te praten. Een volgende stap is een apparaat dat je gezichtsuitdrukking meet en kan vertalen naar je avatar. Die lacht dan bijvoorbeeld als jij moet lachen. Niet voor iedereen een voordeel omdat ze bijvoorbeeld niet gecharmeerd zijn van hun eigen stem of als ze snel moeten blozen. Dat hoor en zie je straks ook bij

de horeca



hun alter ego's op Second Life! Zo gaat ook een bezoekje aan de horeca virtueel steeds meer lijken op de werkelijkheid."

Commercieel interessant

Second Life en Real Life besmetten elkaar dus. Juist daar ziet de Nood mogelijkheden voor de horeca om omzet te genereren in Second Life. "Zolang er nog geen technieken zijn om smaak en geur op je computer te beleven, liggen de grootste kansen om zich op Second Life te onderscheiden voor de horeca bij communicatie en muziekevenementen", legt hij uit. "Je ziet al dat concerten en optredens van dj's soms exclusief in Second Life gegeven worden. Nu is dat nog gratis toegankelijk en vaak betalen clubs en festivals de bezoekers om te komen dansen, maar als die club populairder wordt, zal het omdraaien. Dan kan de club entree gaan heffen! Ik zie het al voor me: naast de echte dansvloer een groot scherm met daarop de dansende avatars van mensen die het evenement in Second Life bezoeken. In Second Life komt op de dansvloer juist een stream die toont hoe de club er in

het echte leven uitziet. Zo kun je bijvoorbeeld met je vrienden naar de kroeg, of dansen op dj Tiësto in een Amsterdamse club, terwijl je in werkelijkheid verhuist bent naar Moskou en duizenden kilometers verderop achter je PC zit. Je kunt naar elkaar zwaaien, lachen en knipogen. Nu al zou je chatzuilen naast de dansvloer kunnen zetten zodat je met elkaar kunt communiceren. In de toekomst kun je met Voice Over IP (VOIP) continu met elkaar praten. Als mensen over de hele wereld toegang willen tot jouw club of café om mee te feesten, wordt het com-

mercieel ook een interessant verhaal. Met weinig extra kosten kun je de markt voor je bedrijf onbeperkt vergroten! Dan is het opeens interessant om een virtuele vestiging te hebben."

Toekomstmuziek

Dat is nu allemaal nog toekomstmuziek, volgens de Nood. "De meeste bedrijven die op Second Life aanwezig zijn, willen vooral hun reputatie verstevigen, hun herkenbaarheid vergroten en leren hoe ze met de virtuele ruimte en de community moeten omgaan. Bij Heineken houden ze bijvoorbeeld de ontwikkelingen in de gaten, maar ze hebben nog niet de juiste toepassing gevonden voor hun product. Als die killer application er eenmaal is, wordt het interessant voor ze."

Op korte termijn kan de horeca misschien haar voordeel doen met werving op Second Life. De Nood: "Randstad heeft er al een succesvolle vestiging. Uit de cijfers van ons vorige onderzoek bleek dat gebruikers van Second Life jong, hoogopgeleid en creatief zijn. Dat is natuurlijk een erg interessante doelgroep voor werkgevers. Voorlopig is Second Life nog volop in ontwikkeling. Maar wie de boot niet wil missen doet er verstandig aan de ontwikkeling van de virtuele wereld goed te volgen. Al is het alleen maar als bron van inspiratie voor ondernemers met visie. Ideeën opdoen en in de gaten te houden wat je publiek interessant vindt. Zit niet stil!"

Second Life in het kort

Second Life is een virtuele wereld die in 2003 werd ontworpen door Linden Lab als een computerspel voor Linux, Mac OS en Windows. Het concept is gebaseerd op de science-fictionroman Snow Crash uit 1992 van Neal Stephenson. Door middel van een avatar kan iedereen de virtuele wereld verkennen. Hij kan zijn uiterlijk naar wens aanpassen en huizen of andere voorwerpen naar eigen wens ontwerpen. Betalen in Second Life kan met Linden Dollars, die kunnen worden aangeschaft met een creditcard. De in Second Life verdiende Linden Dollars kunnen via sites als markplaats.nl worden verkocht voor echt geld. www.secondlife.nl